ПАЗАР

Smirnoff е лидер на пазара на най-голямата високоалкохолна категория в света – водката. Това е най-продаваната марка премиум алкохол, която изпреварва по продажби дори утвърдени имена като Bacardi, Absolut, Johnnie Walker (Източник: Impact International). На всеки шест секунди в света се продава по една бутилка водка Smirnoff. Марката, притежавана от британската компания Diageo, се предлага в 130 страни на шест континента.

На българския пазар Smirnoff е най-бързо разрастващата се от големите марки вносна водка за периода 2005–2006 г. Новият продукт от портфолиото на Smirnoff в България – Smirnoff twist green apple, само една година след появата си в страната достигна по продажби много от основните марки вносна водка, които имат дълга история.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Водка Smirnoff е един от трите алкохолни бранда на Diageo, класирани в десетката на Top 100 на най-големите марки в света изобщо (Източник: Interbrand Corp. и списание Business Week, проучване от 2006 г.).

По отношение на иновациите Smirnoff е лидер както на световния, така и на българския пазар. В световен мащаб Smirnoff Ice поставя началото на категорията продукти ready-to-drink, или „готов микс“.

През 2003 г. Smirnoff № 21 печели златен медал на световно състезание в Сан Франциско. През януари 2005 г. авторитетният вестник New York Times прави „сляп“ тест с 21 различни марки водка сред група експерти. В края на дегустацията Smirnoff се оказва безспорен победител. Аналогична програма се провежда и в България. Gatekeeper представлява дегустация и демонстрация, в която потребителят сам се убеждава как дървените въглени превръщат Smirnoff в перфектната водка – без цвят, без вкус и без аромат. Резултатът към момента е, че над 75% от участниците посочват като фаворит Smirnoff № 21.

ИСТОРИЯ

Експертите и до ден днешен не са единодушни по въпроса дали руснаците или поляците са измислили водката. Факт е, че историята на тази напитка може да се проследи до ранния XV век. В началото на своето съществуване обаче тя била замърсявана от ужасни на вкус примеси. Дестилаторите експериментирали с различни техники за пречистване: замразявали напитката, накисвали в нея плодове и билки, като по този начин искали да замаскират лошия ѝ вкус. Някъде към края на XVIII век открили решението: филтрирането през въглени от широколистни дървета отстранявало нечистотиите.

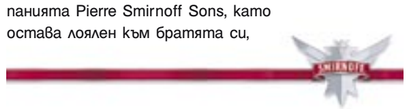
Водка Smirnoff носи името на създателя си Пьотър Арсениевич Смирнов, който през 1864 г. открива дестилерия в Москва. Това, което го отличава от конкурентите му, е, че оставял напитките да минат до пет пъти през филтър от брезови въглени. Повечето от останалите производители си спестявали тази процедура. Години по-късно руското правителство признава, че Пьотър Арсениевич е допринесъл много за развитието на метода на филтрацията чрез дървени въглени, по-известен като „Санкт Петербургски модел“. Асортиментът на Смирнов включвал водки с вкус на ананас, череша, анасон и др.

Той създал и голям брой чисти водки с определен номер, представляващ рецептата на дадената водка. Сред тях била Smirnoff № 21, която се произвежда и днес, стъпвайки на някогашната традиция.

През 1886 г. П. А. Смирнов е удостоен с титлата „Официален доставчик на руския императорски двор“. В периода 1887–1896 г. продуктите му четири пъти получават правото да носят на етикета си руския държавен герб като знак за неповторимо качество. По това време те печелят и редица награди на международните изложения във Виена, Париж, Барселона, Стокхолм и др.

Пьотър Арсениевич умира през 1898 г., а фирмата поема синът му Владимир заедно с двамата си братя. По това време обаче държавата налага монопол върху производството на водка и постепенно измества от пазара частните производители.

Октомврийската революция през 1917 г. не носи нищо добро на семейството. Фабриката е конфискувана, а Владимир е осъден на смърт заради антиболшевишката си дейност. По чудо успява да избяга от Русия, като се озовава първо в Турция, а после през България отпътува за Полша. През април 1923 г. в гр. Лвов създава компанията Pierre Smirnoff Sons, като остава лоялен към братята си, които живеят в Русия. По-късно Владимир се премества във Франция, където жена му Татяна отваря антикварен магазин, а той основава „Хорът на Владимир Смирнофф“, в който руски изгнаници пеят стари народни песни. През 1929 г. бизнесът с водка отново потръгва и през 1933 г. синът на Пьотър Арсениевич започва да произвежда пълна серия водки, включително № 21.



След отмяната на сухия режим в Съединените щати, през 1933 г. Смирнов успява да стъпи и на американския пазар. Правата върху името и марката най-напред купува руският емигрант Рудолф Кунет, но по-късно той е принуден да ги продаде на дистрибуторската фирма Heublein. Водка Smirnoff за първи път започва да се произвежда в Новия свят. През 40-те години на XX век Джон Мартин, президент на Heublein, успява да наложи Smirnoff на американския пазар като „бялото уиски“. Това е гениална маркетингова идея, която работи перфектно на един пазар, който не познава водката и определено предпочита уиското. Окончателния си успех в Америка Smirnoff постига през 1941 г., когато се създава коктейлът Moscow Mule. Първоначалните му съставки били водка и бира от джинджър, която по-късно се заменя със 7Up. Именно Moscow Mule дава началния тласък на пиенето на коктейли в Америка, достигнало своя апогей през 50-те години на миналия век. Успехът на марката през този период се дължи до голяма степен на това, че тя е основният алкохол за различни миксове. Качествата на Smirnoff са толкова добри, че постепенно класически коктейли като Martini, Collins и Gimlet започват да се предлагат с водка вместо с джин. Модата на миксовете тръгва от Америка и постепенно завладява света, като превръща коктейлите на основата на водката в неизменна част от менюто на всеки уважаващ себе си бар. Още в началото на 50-те години Smirnoff стъпва и във Великобритания. Сключен е договор с W&A Gibley of England, които са лицензирани да произвеждат и продават Smirnoff в Англия, Канада, Австралия, Нова Зеландия и Южна Африка. Smirnoff постепенно завладява света.

ПРОДУКТЪТ

Водка Smirnoff е създадена по технология, стъпила на вековна традиция. Процесът на филтриране е уникален и прави напитката забележителна и с характерна чистота. Водка Smirnoff се дестилира три пъти в метални дестилатори, след което се филтрира десет пъти през дървени въглени от широколистни дървета. Процесът на филтрация продължава цели осем часа, като в средите на експертите това се възприема като „мания за чистота“. Вманиачаването не е случайно – само една много чиста водка може да се превърне в идеалната основа за добро микс питие. Истинските познавачи знаят трите основни правила, на които отговаря качествената водка: тя е без вкус, аромат и цвят. Smirnoff е най-чистата и неутрална водка, която получава максималните оценки по тези три критерия.

Точно тази чистота е причината, поради която на нейната основа могат да се правят готови за консумация питиета. Вероятно най-добрият пример отново е продукт на Smirnoff: Smirnoff Ice – непрозрачна алкохолна напитка с цитрусов вкус.

Семейството на Smirnoff е голямо. Негов член е и Smirnoff Blue (Рецепта № 57) – основната коктейлна водка. Както оригиналната Smirnoff, така и тази е тройно дестилирана в метални дестилатори и десет пъти филтрирана през дървени въглени, но методът (ABV/Proof дестилация) е такъв, че запазва по-силния ѝ вкус.

Smirnoff Black (Рецепта № 55) е водка, която се дестилира бавно, на малки дози, в медни съдове. Използват се само най-висококачествени съставки. Този традиционен метод съхранява мекия и пивък вкус, който е сред най-големите достойнства на Smirnoff Black. Това е една от благородните и меки водки на къщата Smirnoff.

Перлата в короната на Smirnoff е Smirnoff Penka. Най-изтънченият член на семейството се произвежда в Полша от висококачествена ръж. Бутилира се ръчно. Smirnoff Penka е изключително луксозен продукт, създаден за ценители.

Най-новият член на семейството Smirnoff е Smirnoff Norsk – водката, която не обича миксирането. Смесена с дестилат от скандинавски горски плодове, тя има екстра пивък вкус и се сервира чиста, върху лед.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

През 2004 г. Smirnoff подмлади дизайна на продуктите си. Новата бутилка има всички символи, които говорят за статуса на това питие: изображение на орел, вдъхновено от руското наследство, и имперски червен цвят. Визията стъпва върху класиката и едновременно с това е актуална и съвременна.

ПРОМОЦИЯ

През последната година Diageo, собственик на марката, инвестира значителни средства в реклама на водка Smirnoff. В България основната публика на водката е в градовете София, Пловдив, Варна и Бургас. Използват се различни видове комуникационни канали като телевизия, билбордове, нетрадиционна външна реклама. Провеждат се множество клиентски програми и промоции в най-добрите дискотеки и барове. Diageo инвестира активно и в работата с персонала на заведенията.

Марката се популяризира успешно и чрез клубните партита Smirnoff Experience. Тази маркетингова програма е насочена основно към групата на 21–29-годишните и целта ѝ е да запознае публиката както с продуктите на Smirnoff, така и с най-добрите музикални таланти от целия свят.

Редовна реклама на водката правят и филмите за Джеймс Бонд, като се започне с „Д-р Но“ от 1962 г. В него агент 007 прави Vodkatini безсмъртно с културовата си реплика „Разбито, не разбъркано“. Този момент във филма буквално променя начина, по който се прави мартини. Традиционният джин отстъпва своята позиция на водката, а Джеймс Бонд популяризира Vodkatini по целия свят. В последния засега филм от поредицата Casino Royale героят на Ян Флеминг остава верен на Smirnoff № 21.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Ценностната система на Smirnoff включва принципи като чистота, изобретателност, оригиналност. През годините същата Smirnoff винаги е успявала да поддържа високо качество и никога не е разчитала само на старата си слава. Зад марката стои не само традицията в класическия смисъл на думата, но и традицията винаги да бъдеш новатор на пазара.

www.smirnoff.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

SMIRNOFF

- Всяка капка Smirnoff се филтрира десет пъти през четиринадесет тона нагорещени въглени от сребърна бреза.
- В Полша се отглежда гора от сребърни брези специално за филтрацията на Smirnoff.
- Сред холивудските знаменитости, допринесли за популяризацията на Smirnoff, са Граучо Макс, Уди Алън и За За Габор.
- В края на XIX век водката Smirnoff става толкова неизменна част от живота на руснаците, че е спомената от Антон Чехов в разказа му „Дуелът“, публикуван през 1891 г.